Emploi Connexions : 25 Mai 2024

Besoin bénévole : 2 MIN + Moi (Gestion, Buvette)

ABSENCE : Flo, Melissa, Hugo

Personnel présent	Nom
1	Allan
2	
3	

Déroulement le J

Arrivée d'Allan et des bénévoles pour ouvertures de la buvette et préparations des tables pour les entreprises	**8H30**
Mise en place des stands par les entreprises	**9H**
Pot offert par l'ASVHG aux entreprises	**9H30**
Début de l'événement du job dating + coaching CV by Allan (Gestion du temps par Allan)	**10H**
Fin de l'événement et rangement de la salle	**14H**
Pause déjeuner avec les entreprises (offert par l'ASVHG en partenariat avec notre partenaire « Au coin du feu »)	**14H10-15 H30**
Réunion de débriefing pour discuter des améliorations futures + Pot de fin offert par l'ASVHG	**15H30**
Fermeture de la salle	**16H**

A voir 15 jours avant l'événement si matinée uniquement ou si l'on conserve la journée complète. Je pense que manger ensemble à la suite de la matinée peut créer un moment plus convivial que de reprendre l'après-midi.

Besoins matériels

Sonorisation	**Responsable**
Mise en place d'une sonorisation lors de l'événement, marquant les 15 minutes des entretiens Objet : Deux enceintes	Allan
Communication	**Responsable**
4 bâches 200x80cm - 500 flyers (A5) dont 250 en interne 10 Affiches (A1) ~~500 goodies~~	
Divers	**Responsable**
Compteur manuel	Bénévole (à définir)

Nos outils de communication

Pré-événement

4 bâches : 1 à Guipel, 2 à Vignoc (une dans le bourg, une à l'entrée du terrain), 1 à Hédé/Bazouges ; EASYFLYERS ***Hugo***

10 Affiches A2 plastifiées distribuées dans les communes autours (Melesse, Saint-Grégoire, etc…)

Landing page sur le site internet/APP de l'ASVHG (en bannière ?) ; le but étant de rendre toutes les informations disponibles sur ce qui serait le point de repère de l'événement. ***: Julien***
Création d'une bannière site web promotion EVENT : ***Hugo***

~~80 Affiches distribuées dans différentes collectivités, distribuées aux licenciés via newsletter et whatsapp~~

Flyers à distribuer physiquement aux lycées, chez nos gros partenaires, mairies (Super U et Intermarché) : ***Allan, Hugo, Flo, Mélissa / Pierre ? (Université)***

Parution sur les différents supports numériques des Villes (site internet, réseaux, panneaux led, etc) : ***Julien***

Utiliser la presse locale (Ouest France, etc) pour diffuser des communiqués ***: Guy/Yannick***

Réaliser une séquence d'e-mailings auprès de nos licenciés, peut-être discuter avec d'autres club pour communiquer sur l'événement (bien commun) : Call-to-action simple ***: Allan***

Créer une page « Événement » sur Facebook ; permet d'inviter de nombreux contacts, et surtout être un endroit facile où trouver les informations relatives à l'événement ***: Hugo***

Plusieurs communiqués sur les réseaux sociaux : Linkedn, Insta, Facebook, ; l'objectif d'apporter de nouvelles cibles ***: Allan/ Hugo***

Identification de la PRESS (Communication) :

- Ouest France
- Le Télégramme
- Hit west
- Web radio local

Pendant l'événement Une équipe qui gère le social média de l'événement ***Hugo pas là. Qui?*** Prévoir des vidéos LIVE (Facebook, Instagram) Objet : Support téléphonique : ***Allan***
Post-événement Monter et publier une vidéo récapitulative de l'événement ***: Hugo*** Publier des photos de l'événement ***: Hugo / Allan*** Mesurer les résultats et retombés de l'évènement (UNIQUEMENT MEDIA)

Restauration	Responsable
Repas avec les entreprises par notre partenaire Au coin du feu et livraison	***Allan***
Gestion de la buvette	***Philou / Julien / ETC***

Budgétisation

Lien Sheets

Rétroplanification de la communication

Date	Actions	Mode de Communication	Responsable
Avant 10 mai	Conception et impression/ réception des flyers et affiches	Impression physique ou numérique	***Allan***

Avant 15 mai	Distribution des flyers et affiches	Distribution physique dans les lieux clés (lycées, partenaires, mairies, etc..)	***Allan, Hugo, Flo, Mélissa / Pierre ? (Université)***
Avant 20 mai	Mise à jour de la landing page de l'événement	Numérique (Site web)	***Julien***
Avant 20 mai	Annonce de l'événement via newsletters	Numérique (Email)	***Allan***
Avant 25 mai	Publications sur réseaux sociaux (Facebook, LinkedIn, Instagram)	Numérique (Réseaux sociaux)	***Allan/ Hugo***
25 mai	Gestion en direct de l'événement sur les réseaux sociaux	Numérique (Facebook, Instagram)	***Julien / Bénévole***
25 mai	Coordination sur le terrain (gestion buvette, stands)	Terrain	***Présent***
Après 25 mai	Envoi des enquêtes de satisfaction	Numérique (Email avec liens Google Forms)	***Allan***
Après 25 mai	Montage / publication de la vidéo récapitulative	Numérique (Réseaux sociaux)	***Julien / Hugo***
Après 30 mai	Envoi d'emails de remerciement avec photos de l'événement	Numérique (Email)	***Allan***
Après 20 juin	Analyse des résultats de l'événement et rapport final	Document interne (PDF/Présentation)	***Allan + Stagiaire***

Suivi post-événement

- Distribuer des enquêtes de satisfaction aux participants et aux exposants pour recueillir des retours et identifier les points à améliorer aux portes de sorties sous QR Code. (Google Forms)

- Rapport post-événement analysant la participation, les retombées médiatiques, et l'impact sur le marché de l'emploi des entreprises participantes.
- Envoyer des emails de remerciement aux participants et aux exposants, incluant des photos et des moments forts de l'événement.
- Évaluer le retour sur investissement (entreprise non partenaire qui deviennent partenaire, entreprise ayant entendu parler de l'évènement qui souhaite devenir partenaire)

Objectifs SMART

Spécifique : Augmenter la visibilité de l'événement "Emploi Connexions" auprès des jeunes professionnels et étudiants dans la région de Vignoc.
Mesurable : Atteindre un nombre de 200 participants à l'événement / 10 entreprises participantes
Augmenter la notoriété du club à travers les différentes collectivités
Atteignable : Utiliser des moyens de communication existants et éprouvés, comme les réseaux sociaux, la presse locale et la distribution physique de matériel promotionnel.
Réalisable : Assurer la présence d'au moins 5 entreprises locales pour des stands et des présentations.
Temporel : Toutes les actions de communication doivent être complétées avant le 24 mai 2024, avec des actions spécifiques étalées sur les quatre semaines précédant l'événement.

KPIs (Indicateurs Clés de Performance)

Nombre de visiteurs à l'événement : Compter le nombre total de participants et comparer avec les objectifs pour plus tard les comparer avec l'année prochaine avec un outil de comptage manuel.
Engagement sur les réseaux sociaux : Nombre de partages et de commentaires sur les posts relatifs à l'événement. (Tous réseaux confondus)
Augmentation du nombre de followers sur les plateformes utilisées pour la communication de l'événement (Facebook, Instagram, LinkedIn).
Taux de retour des invitations : Mesurer le pourcentage de réponses positives par rapport au nombre total d'invitations envoyées aux entreprises.
Couverture médiatique : Nombre d'articles ou de mentions dans la presse locale et régionale.

Satisfaction des participants et des exposants : Collecter les feedbacks via des enquêtes de satisfaction post-événement.
Taux de participation aux ateliers et conférences : Nombre de participants inscrits et présents dans chaque session prévue durant l'événement.

Liens utiles :

Flyers

Bâche

Compte personne manuel

Easyflyer

Affiche